

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de camisetas orgánicas juveniles en la ciudad de Pasto, 2020

Estefany Alexandra Jojoa Paredes¹

Lily Suleyma Granja Naranjo²

Mario Alexander Jojoa Trujillo³

Resumen

En los últimos años se ha venido presentando un cambio en la actitud de los consumidores con respecto a adquirir artículos que no afectan al medioambiente; esto ha obligado a las empresas a cambiar sus materias primas y los procesos que usan para hacer sus productos, por lo cual se busca realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de camisetas orgánicas juveniles en la ciudad de San Juan de Pasto.

Este proyecto tiene como propósito, realizar un estudio de factibilidad que contribuya al cuidado del medio ambiente y al desarrollo económico de la ciudad de Pasto, a través de un producto amigable como las camisetas orgánicas.

Para ello se presenta la estructura de elaboración en un primer capítulo que aborda la formulación del estudio, el desarrollo de marcos referenciales, metodología, recursos, cronograma y el respectivo instrumento de recolección de información, que corresponde al formato de encuesta. Finalmente, se procede a realizar una segunda parte, que incluye: elaboración de estudio de mercado, estudio técnico, aspectos organizacionales y plan financiero.

Palabras clave: Consumidores; creación; desarrollo económico; metodología; medio ambiente.

Feasibility study for the creation of a company that produces and markets organic youth shirts in the city of Pasto 2020

In recent years there has been a change in the attitude of consumers with respect to acquiring articles that do not affect the environment, forcing companies to change their raw materials and the processes they use to make their products; therefore, we seek to carry out a feasibility study for the creation of a company that produces and markets organic youth shirts in the city of San Juan de Pasto.

The purpose of this project is to carry out a feasibility study, which contributes to caring for the environment and economic development of the city of Pasto through an environmentally friendly product such as organic t-shirts.

This project presents the elaboration structure in a first chapter that addresses the formulation of the study, the development of reference frameworks, methodology, resources,

¹ Universidad Mariana. Correo electrónico: esjojoa@umariana.edu.co

² Universidad Mariana. Correo electrónico: ligranja@umariana.edu.co

³ Universidad Mariana. Correo electrónico: mariojojoa@umariana.edu.co

schedule, and the respective instrument for collecting information, which is, the survey format. Finally, a second part that includes: preparation of market study, technical study, organizational aspects, and financial plan is carried out.

Keywords: Consumers; creation; economic development; methodology; environment.

Estudo de viabilidade para criação de uma empresa que produz e comercializa camisas juvenis orgânicas na cidade de Pasto 2020

Nos últimos anos, houve uma mudança na atitude dos consumidores em relação à aquisição de artigos que não afetam o meio ambiente, o que obrigou as empresas a mudarem suas matérias-primas e os processos que utilizam para fazer seus produtos; portanto, realiza-se um estudo de viabilidade para a criação de uma empresa que produz e comercializa camisas juvenis orgânicas na cidade de San Juan de Pasto.

O objetivo deste projeto é a realização de um estudo de viabilidade que contribua para o cuidado com o meio ambiente e o desenvolvimento econômico da cidade de Pasto por meio de um produto ecologicamente correto como as camisetas orgânicas.

Este projeto apresenta a estrutura de elaboração em um primeiro capítulo que aborda a formulação do estudo, o desenvolvimento de referenciais, metodologia, recursos, cronograma e o respectivo instrumento de coleta de informações para esta pesquisa, que corresponde ao formato de pesquisa. Finalmente, é realizada uma segunda parte que inclui: elaboração do estudo de mercado, estudo técnico, aspectos organizacionais e plano financeiro.

Palavras chave: Consumidores; criação; desenvolvimento econômico; metodologia; meio ambiente.

1. Introducción

En los últimos años se ha dado un cambio en la actitud de los consumidores con respecto a adquirir artículos que no afecten al medioambiente; esto ha obligado a las empresas a cambiar sus materias primas y los procesos que usan para hacer sus productos, por lo cual se busca realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de camisetas orgânicas juveniles en la ciudad de San Juan de Pasto.

Así mismo, con el estudio se pretende conocer la probabilidad comercial, técnica, organizacional, legal y financiera para la creación; se aspira identificar los factores tanto positivos como negativos que, posteriormente, pueden influir en el desarrollo del proyecto, antes o durante su ejecución; igualmente, se busca incentivar a las personas a adquirir ropa de tejidos ecológicos que contribuyan a solucionar los problemas ambientales.

Este proyecto tiene como propósito, realizar un estudio de factibilidad que contribuya al cuidado del medio ambiente y al desarrollo económico de la ciudad de Pasto, a través de un producto ambientalmente amigable, como las camisetas orgânicas.

El proyecto presenta una estructura metodológica con un enfoque cuantitativo, el cual utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías con un método analítico y un tipo de investigación descriptiva. De igual manera, la estructura de elaboración, en un primer capítulo que aborda la formulación del estudio, el desarrollo de marcos referenciales, metodología, recursos, cronograma y el respectivo instrumento de recolección de información, que corresponde al formato de encuesta. Una segunda parte incluye la elaboración del estudio de mercado, estudio técnico, aspectos organizacionales y plan financiero.

2. Desarrollo

Planteamiento del problema: los daños ambientales actuales han causado en los últimos años, un cambio en la actitud de los consumidores con respecto a adquirir artículos que no afecten al medioambiente, obligando a las empresas a cambiar sus materias primas y los procesos que usan para hacer sus productos. Varios países han optado por hacer un buen uso de los recursos naturales y generar beneficios tanto para las empresas como para los consumidores; un ejemplo de ello es Suecia, con la empresa H&M, la cual, según Ecoticias. Com (2017),

ha eliminado los productos químicos tóxicos y polifluorados de sus líneas (que impermeabilizaban las prendas) y compra algodón cultivado con menos plaguicidas, además fomentar la gestión estricta del agua; y Nike, el gigante americano de la ropa deportiva ha logrado reducir sus desechos en un 60%. (párr. 8)

Esto representa un gran paso, ya que H&M fomenta la responsabilidad que deberían implementar todas las empresas para desarrollar productos a favor del medio ambiente; esto ha permitido identificar la posibilidad de crear una empresa con una iniciativa a favor del medio ambiente, pero, se desconoce los pasos necesarios para su creación. De esta manera, se puede empezar por un estudio de factibilidad, el cual, según Méndez (2011), “es el análisis detallado de un proyecto desde las siguientes perspectivas: mercado, técnica, legal, organizativa, fuentes de financiamiento, ingresos, costos y gastos” (p. 84).

Por lo tanto, el estudio de factibilidad se convierte en un aspecto importante, dado que permite analizar el mercado, orientando a la toma de decisión y a poder identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto, apoyándose de los diferentes mecanismos que tiene la investigación.

Entonces, se inicia con la identificación de una iniciativa que permita dar un valor diferenciador al momento de crear empresa y, crear ropa orgánica puede ser una gran oportunidad de emprendimiento, considerando que Colombia es uno de los países más reconocidos por la moda en Latinoamérica, en donde se puede evidenciar un crecimiento favorable en la industria. Según González (2019)...

La confección de prendas de vestir registró uno de los crecimientos más importantes del año durante el mes de mayo, con un avance del 8,3 % frente al mismo mes del año pasado, según revelaron cifras oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). La entidad reveló además que las ventas de las prendas de vestir en Colombia crecieron en un 4,1 % durante el quinto mes. (párr. 1)

Las empresas en Colombia pueden mejorar y aportar haciendo un buen uso de los recursos naturales para la elaboración de prendas con materiales que reduzcan las cantidades excesivas de energía, agua y otros recursos que perjudican al medio ambiente. La utilización de tendencias ecológicas es un beneficio para el medio ambiente y también para la sociedad, porque son prendas fabricadas con una materia prima que tiene menos químicos y pesticidas, permitiendo así, que su uso aporte beneficios para la sociedad.

Finalmente, con las tendencias de moda sostenible que se está presentando en algunas ciudades de Colombia y con el cambio de actitud que se evidencia en los consumidores, se pretende realizar un estudio de factibilidad que permita determinar la posibilidad de crear un negocio de ropa sostenible en la ciudad de San Juan de Pasto y así contribuir con el desarrollo sostenible y el mejoramiento del medio ambiente.

3. Marco Teórico

En primera instancia para este proyecto, se debe tener en cuenta lo que significa la palabra orgánico, pues según Rodrigo (2018), “el concepto de ‘orgánico’ tiene que ver con el cuidado y compromiso con el medioambiente, de manera que se puede hablar o enfatizar acerca de un producto orgánico” (p. 21); se denomina así, porque parte de una materia prima que está

libre de pesticidas, fertilizantes, plaguicidas y abonos sintéticos; es por esto que se menciona, en este caso, el algodón orgánico, que será la materia prima del producto de este proyecto, aquél que se cultiva sin semillas alteradas genéticamente, utiliza el 90 % menos de agua y el 60 % menos de energía que el algodón normal, lo que lo hace aún más amigable con el planeta y con los recursos naturales.

Con respecto al estudio de factibilidad, en primera instancia, es importante realizar un profundo análisis de los entornos en donde se va a colocar la empresa, para tener pleno conocimiento de todos los aspectos que pueden favorecer o perjudicar. Según Córdoba (2011)

El análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar, es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables. El análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras. También es importante definir las opciones estratégicas de la decisión en un contexto dinámico. (p. 16)

Para asegurar que el proyecto tenga éxito, es necesario estudiar un mínimo de tres factibilidades de una inversión que, según Córdoba (2011) son: “la factibilidad técnica, la legal y la económica. Otras factibilidades son las de gestión, política, social y ambiental” (p. 16).

Figura 1

Clasificación de los estudios de factibilidad



Fuente: Córdoba (2011).

Así mismo, para Méndez (2011),

el estudio de mercado y comercialización de un proyecto de producción o de análisis de oferta y demanda de un bien o servicio, constituye el eje de un proyecto; por lo tanto, es importante hacer un gran esfuerzo para obtener información confiable y lo más actualizada posible, en todos aquellos aspectos que van a afectar el proyecto, tales como: identificación de la demanda actual, y potencial, características de los consumidores o usuarios, perfil de caracterización de la competencia, etc. (p. 44)

Una vez realizado el estudio de mercado, se procede a realizar una serie de técnicas que permiten tener orientación sobre la idea de negocio, determinando si tiene el potencial suficiente para la creación de una empresa. Aquí se pretende responder a los siguientes interrogantes; ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué produciré mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

El punto de partida para definir los proyectos lo constituye la estrategia de mercadeo, que tiene su fundamento en el análisis de las necesidades de los individuos y de las

organizaciones. Su función consiste en seguir la evolución del mercado de referencia e identificar los diferentes productos-mercados y segmentos actuales o potenciales, sobre la base del análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar.

En el proceso de desarrollar la estrategia de mercadeo se debe aprender y descubrir el mercado, desarrollar las capacidades empresariales, conocer las fortalezas y debilidades, establecer objetivos claros y medibles en el marco de las mismas, desarrollar las estrategias y planes que permitan alcanzar los objetivos planteados, ejecutar los planes para que las cosas sucedan según lo programado y, por último, analizar los resultados y tomar las medidas correctivas necesarias. En este proceso de la estrategia de mercadeo se debe tener en cuenta las 4 P: Producto, precio, plaza y promoción, para las cuales se debe generar ciertas tácticas que permitan lograr las estrategias propuestas.

Antes de iniciar, se debe tener en cuenta los recursos con los que se contará, bien sean económicos, distribuidores tecnológicos, etc. y, la ubicación de la empresa, la estructura, distribución, instalaciones de la misma, proveedores, dónde obtener materia prima, qué máquinas usar, el personal para llevar a cabo el proyecto, según lo cual, se debe realizar un plano para considerar cada uno de los recursos que se necesitará para su realización y creación.

Simultáneamente, se debe elaborar una ficha técnica en la cual se detalla ciertas características del producto a ofrecer, como: composición, recomendaciones, precio, modo de uso, precio, entre otras especificaciones esenciales; ésta es muy importante, dado que es la que da el empujón final de la venta, porque contiene toda la información que un cliente pueda necesitar conocer. En cuanto a la localización, también es fundamental dentro del estudio técnico, ya que se debe interesar por encontrar un local u espacio que se adecúe a las necesidades de la empresa.

Otra parte primordial dentro del proyecto es el estudio administrativo, el cual inicia con un organigrama de la empresa para identificar cuántas personas la van a conformar; a su vez, se realiza la descripción de sus cargos y funciones, para que los colaboradores tengan presentes las actividades que van a desempeñar dentro de la organización y poder así, alcanzar los objetivos planteados. Así mismo, se elabora un manual de funciones, documento donde se establece todas las actividades específicas de los empleados, permitiendo determinar la coordinación de los requisitos en los cargos o puestos de trabajo, llevando un control de todo el personal de la empresa.

En el estudio administrativo se habla de la estructura organizacional, que son las pautas que se diseña y desarrolla para organizar una empresa determinada, teniendo en cuenta que no todas son manejadas de igual manera y pueden hacer uso de diferentes estructuras para su organización, con el fin de cumplir las diferentes funciones y con los objetivos y metas establecidos. Se considera la misión, visión y valores, lo cual sirve para facilitar el desarrollo de los planes de cada área de la organización.

En definitiva, el estudio administrativo es de gran importancia puesto que permitirá identificar la estructura organizacional y, a su vez, los colaboradores claves dentro de una organización; además, se establecerá la razón de ser de la empresa y los objetivos a alcanzar a través de la misión y visión. El siguiente punto se refiere a todos los aspectos necesarios en la inversión de recursos, bien sean propios, de crédito o de corporaciones, entre otros, para la creación del proyecto.

La realización del estudio financiero determinará cuál es el valor real de la inversión y los costos de producción para llevar a cabo el proyecto. Este estudio permite conocer costos fijos de los inmuebles que se necesitará para el establecimiento del proyecto, tales como muebles, enseres, equipos y adecuación del sitio, entre otros. De igual modo, los diferentes gastos que se hará, tanto en maquinarias dedicadas a la comercialización de prendas, como en los diferentes diseños y adecuación del establecimiento, teniendo en cuenta que se necesitará vitrinas, vestidores, cafeterías, baños y estanterías para el orden de las telas y prendas.

La evaluación económica permite identificar la manera como se va a obtener y pagar los recursos financieros que se requiere y, aprovechar los recursos para mejorar las condiciones.

Finalmente, es importante realizar un proceso formal que permita evaluar la consecuencia ambiental para, posteriormente, implementar políticas para el desarrollo de proyectos.

4. Metodología

Enfoque: cuantitativo, el cual utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Método: el más pertinente es el empírico analítico, que se basa en la adquisición de conocimiento a través de la experiencia y permitirá recolectar la información. La investigación empírico-analítica es considerada una de las más exactas, porque supone la inclusión de todos los aspectos del problema y del objeto de estudio. El éxito de estos trabajos dependerá de la experiencia, la suspicacia y las habilidades del investigador para llevarla a término.

Tipo de investigación: se hace uso de una investigación descriptiva, la cual describe o relaciona los pasos para obtener resultados de investigación y busca especificar características, perfiles de personas o grupos. Además, permite describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones ni en probar determinadas hipótesis o hacer predicciones.

Población: el objeto de investigación para este proyecto son hombres y mujeres entre las edades de 10 a 34 años de la ciudad de Pasto. Con los datos proporcionados por la Alcaldía de Pasto (s.f.), serían en total 111.704 hombres y mujeres 96.621; es decir, la población corresponde a 208.325.

Muestra: A continuación, se establece la fórmula para obtener la muestra:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{208325 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(208325 \cdot 0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 383 \text{ encuestas}$$

Resultados: teniendo en cuenta los objetivos a alcanzar, se espera que, a través de un estudio de mercado y desarrollando encuestas, se recopile cierta información importante tanto del mercado como de la población objetivo para, posteriormente, generar unas estrategias encaminadas a un mix de mercadeo. Se espera realizar un plan de operaciones que permitirá conocer el proceso de producción y tamaño del proyecto, observando la capacidad instalada y utilizada; complementando todo el estudio, se elaborará un direccionamiento estratégico y una evaluación financiera para determinar si es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de camisetas orgánicas juveniles en la ciudad de Pasto.

5. Conclusión

La realización del estudio de factibilidad permite aplicar conceptos para dar soporte a la creación de una empresa productora y comercializadora de camisetas orgánicas juveniles en la ciudad de Pasto, como punto a favor del medioambiente y la salud de las personas.

En general, este proyecto está pensado para impactar positivamente a la sociedad, generando conciencia en el uso de nuevas alternativas a favor del medio ambiente, apreciando aspectos importantes como el compromiso ético y ambiental para el fortalecimiento de materias primas; igualmente, se tendrá contacto y compromiso con los colaboradores, logrando cumplir los requerimientos de los demás.

Referencias

- Alcaldía de Pasto. (s.f.). *Plan Territorial de Salud, Municipio de Pasto 202-2023. Plan de Desarrollo. Pasto, la gran capital 2020-2023*. Alcaldía de Pasto.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2.^a ed.). ECOE Ediciones.
- Ecoticias.Com. (2017). *Los costos para el medio ambiente de la ropa*. <https://www.ecoticias.com/residuos-reciclaje/134823/Los-costos-para-el-Medio-Ambiente-de-la-ropa#>
- González, T. (2019). La producción textil de Colombia aumenta un 8,3 % durante el mes de mayo. [https://pe.fashionnetwork.com/news/La-produccion-textil-de-colombia-aumenta-un-8-3-durante-el-mes-de-mayo,1120268.html#:~:text=La%20confecci%C3%B3n%20de%20prendas%20de,Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20\(DANE\)](https://pe.fashionnetwork.com/news/La-produccion-textil-de-colombia-aumenta-un-8-3-durante-el-mes-de-mayo,1120268.html#:~:text=La%20confecci%C3%B3n%20de%20prendas%20de,Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20(DANE)).
- Méndez, R. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2.^a ed.). ECOE Ediciones.
- Rodrigo, M. (2018). *Todo sobre las camisetas de algodón orgánico*. <https://blog.printsome.es/camisetas-de-algodon-organico/>